

Pendahuluan

Apartemen merupakan sebuah hunian layaknya rumah pada umumnya, hanya saja jika di perumahan-perumahan, unit-unit kavlingnya, ditata horizontal tersebar di seluruh lahan yang tersedia, sedangkan apartemen, unit-unit kavlingnya ditata vertial sehingga tercipta sebuah massa bangunan tinggi yang berisi unit-unit hunian. Biasanya ditiap lantianya terdiri antara 4-8 tergantung perencana apartemen tersebut.

Saat ini di beberapa kota besar, apartemen tumbuh bak cendawan dimusim hujan. Beberapa pegamat agen properti / *agent property* berpendapat bahwa jumlah unit apartemen sudah *over supply*, artinya sekarang ini, banyak unit apartemen yang masih ditawarkan kepada masyarakat.

Lokasi dan harga masih menjadi pertimbangan utama, tetapi ada banyak hal lain yang bisa dijadikan pertimbangan, yaitu, fasilitas didalam apartemen, luasan unit, serta agen properti atau agent property yang mengatur warga didalam apartemen tersebut

Samarinda ibu Kota Kalimantan Timur, perkembangan properti meningkat signifikan. Dan yang paling terasa pertumbuhannya adalah di sektor perumahan menengah dan menengah keatas. Tak hanya ditingkat lokal, pesona properti di samarinda tersebut juga terbukti mampu menarik perhatian para pengembang papan atas di Tanah Air. Hal ini mengindikasikan bahwa di Samarinda juga menyimpan potensi dan peluang properti yang menjanjikan.

Kemajuan itu bisa dilihat pada segmen apartemen. Hal ini juga diperkuat dengan masuknya beberapa

pengembang nasional ke Samarinda. Ini mengindikasikan bahwa Samarinda memiliki potensi properti yang menjanjikan.

Selain karena Samarinda sebagai ibukota Provinsi Kalimantan Timur, dari segi geografisnya, lokasi Samarinda seolah menjadi muara dari berbagai kabupaten dan kota yang ada di Kalimantan Timur seperti Bontang, Kutai Kartanegara, Kutai Timur dan lain sebagainya.

Pertumbuhan apartemen di Kalimantan Timur sangat cepat, terutama di Samarinda dan Balikpapan. Banyak apartemen baru yang bermunculan sehingga setiap tahun ada tambahan unit apartemen salah satunya adalah Pandanwangi Residence pengembang pertama yang melahirkan proyek apartemen baru di Samarinda yang sudah terbangun yaitu 2 tower dengan 7 lantai didalamnya ada 280 unit tipe 21(studio).

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih hunian di apartemen Pandanwangi residen. Sehingga berdasarkan penjelasan-penjelasan diatas, maka dirasakan perlu untuk membahas lebih lanjut mengenai "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Memilih Hunian di Apartemen Pandan Wangi Residence Kota Samarinda".

Maksud dari rumusan masalah ini adalah memperjelas masalah yang akan diteliti. Maka, dari masalah yang ada penulis membuat pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli apartemen.

2. Apakah variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli apartemen.
3. Apakah variabel lingkungan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli apartemen.
4. Apakah secara bersama-sama variabel harga, lokasi, lingkungan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli apartemen.

Landasan Teori

Menurut Basu Swastha dan Irawan (2002:20), menyatakan bahwa Pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain

Menurut Cahyo Prabowo (2009:46). Perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang/ organisasi dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk atau jasa setelah dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya

Produsen mendalami berbagai hal yang mempengaruhi pembeli dan mengembangkan suatu pengertian tentang bagaimana konsumen dalam kenyataannya membuat keputusan pada waktu membeli sesuatu. Produsen diharuskan mengetahui siapakah yang membuat keputusan itu, bagaimana tipe keputusan pembelian, dan bagaimana langkah-langkah dalam proses membeli tersebut. Keputusan pembelian sebagai proses dalam pembelian nyata setelah melalui tahap-tahap sebelumnya. Setelah melakukan evaluasi atas

sejumlah alternatif maka konsumen dapat memutuskan apakah suatu produk akan dibeli atau diputuskan untuk tidak dibeli sama sekali

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli (Slamet Mulyana 2009:90) adalah budaya, keluarga, kelas sosial, kelompok referensi, pengalaman, sikap, kepercayaan, kepribadian dan konsep diri.

Apartemen adalah ruang atau sekelompok ruang kamar yang dimaksudkan sebagai pemukiman (tempat tinggal); biasanya salah satu dari banyak kelompok yang sama di dalam gedung yang sama

Harga adalah jumlah uang atau alat tukar lain yang senilai, yang harus dibayarkan untuk produk atau jasa pada waktu tertentu dan di pasar tertentu.

Menurut Sudharto P. Hadi (2005 : 104) tahapan dalam pengembangan permukiman secara garis besar dibagi ke dalam tahap perencanaan awal dan pada tahap operasional (ketika permukiman telah mulai dihuni). Dilihat dari sisi lingkungan, setidaknya ada dua persoalan yang muncul ketika letak pembangunan permukiman telah diputuskan.

Pertama, apakah daerah tersebut layak secara ekologis. Karena banyak permukiman yang dibangun di daerah yang seharusnya menjadi daerah konservasi seperti di daerah perbukitan atau daerah resapan air. Sehingga menimbulkan banjir dan berkurangnya cadangan air tanah.

Kedua, permukiman yang dibangun oleh suatu badan usaha (real estate) hampir seluruhnya menempati daerah pinggiran kota. Dua hal penting yang perlu diperhatikan sebagai dasar pertimbangan lokasi (Surowiyono, Tutu TW, 2007:13) adalah kondisi

lingkungan secara geografis dan kondisi lingkungan menurut kebutuhan strategis

Ketentuan Umum Undang-Undang RI Nomor 4 Tahun 1982 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup, lingkungan hidup adalah "kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan dan mahluk hidup, termasuk di dalamnya manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia dan mahluk hidup lainnya.

Pembahasan

Fungsi regresi hasil perhitungan adalah :

$$Y = 0,343 + 0,350 X_1 + 0,299 X_2 + 0,290 X_3$$

Arti dari fungsi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Arti konstanta sebesar 0,343 yakni jika tidak ada harga, lokasi dan lingkungan keputusan konsumen membeli apartement (Y) tidak ada. Hal ini dapat diterima karena tanpa adanya harga, lokasi dan lingkungan apa yang akan ditawarkan untuk apartement dijual ke konsumen .

Semua tanda koefisien regresi bertanda positif artinya jika terjadi kenaikan harga yang kompetitif, lokasi yang semakin strategis dan lingkungan yang semakin baik maka akan meningkatkan pula keputusan konsumen membeli apartement (Y)

Nilai R atau koefisien korelasi sebesar 0,610 berada pada interval 0,500-0,699 pada interpretasi koefisien regresi, angka ini menunjukkan hubungan yang tinggi dari variabel harga (X_1), Lokasi (X_2) dan lingkungan (X_3) dengan keputusan konsumen membeli apartemen (Y), dengan demikian variabel bebas yang

terdiri dari harga (X_1), Lokasi (X_2) dan lingkungan (X_3) dapat dijadikan sebagai prediktor keputusan konsumen membeli apartement (Y). Nilai korelasi yang cukup tinggi ini menunjukkan harga (X_1), Lokasi (X_2) dan lingkungan (X_3) sangat menentukan dalam pengambilan keputusan membeli apartement.

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,327 atau 32,7 % menunjukkan variabel harga (X_1), Lokasi (X_2) dan lingkungan (X_3) kurang mampu menjelaskan keputusan konsumen membeli apartement (Y) karena pengaruhnya hanya sebesar 32,7% sedangkan sisanya sebesar 67,3% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Nilai F hitung sebesar 8,114 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,23 dan dengan signifikansi $0,000 < \alpha$ 0,05, ini menunjukkan H_0 ditolak dan menerima H_a yang berarti variabel harga (X_1), Lokasi (X_2) dan lingkungan (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen membeli apartement. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan Diduga bahwa harga (X_1), Lokasi (X_2) dan lingkungan (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen membeli apartement, diterima.

Hal ini dapat diterima karena sebelum seorang konsumen mengambil keputusan membeli maka terlebih dahulu akan melihat di mana lokasi apartement tersebut apa strategis atau tidak, bagaimana dengan lingkungannya baik atau tidak, kemudian berapa harganya, apa sesuai dengan kualitas bangunan dan lokasinya. Seperti kita ketahui apartement Pandanwangi Residence

lokasinya strategis karena terletak dipusat kota, dekat dengan kantor dan sekolah selain itu kondisi lingkungannya baik dan harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas bangunan sehingga wajar saja jika harga, lokasi dan lingkungan mempengaruhi keputusan konsumen memilih Pandanwangi Residence.

Secara parsial pengaruh masing-masing variabel terhadap keputusan konsumen membeli apartement dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Harga (X_1)

Nilai t hitung variabel Harga (X_1) sebesar $3,058 >$ dari t table $1,96$ dan signifikansi $0,004 < \alpha 0,05$, menunjukkan H_0 ditolak dan menerima H_a ini berarti variable harga (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen membeli apartement dengan demikian hipotesis penelitian diterima. Ini karena Pandanwangi Apartement harganya disesuaikan dengan kemampuan konsumen, harga apartemensesuai dengan kualitas bangunan, uang muka sesuai dengan kemampuan dan jangka waktu pembayarannya fleksibel sehingga wajar jika harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen membeli apartement.

2. Lokasi (X_2)

Nilai t hitung variabel Lokasi (X_2) sebesar $2,636 >$ dari t table $1,96$ dan signifikansi $0,012 < \alpha 0,05$, menunjukkan H_0 ditolak dan menerima H_a ini berarti variable Lokasi (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen membeli apartement dengan demikian hipotesis penelitian diterima

Satu di antara pertimbangan konsumen dalam membeli apartement adalah lokasinya. Pandanwangi Apartement bebas banjir, berada disekitar tempat bekerja karena letaknya di pusat kota, dekat dengan sekolah karena terletak di daerah yang lokasinya merupakan pusat pendidikan dan lokasinya dekat dengan tempat hiburan sehingga wajar saja jika lokasi Pandanwangi Apartement mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen membeli apartement .

3. Lingkungan (X_3)

Nilai t hitung variabel Lingkungan (X_3), sebesar $2,567 >$ dari t table $1,96$ dan signifikansi $0,014 < \alpha 0,05$, menunjukkan H_0 ditolak dan menerima H_a ini berarti Lingkungan (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen membeli apartement dengan demikian hipotesis penelitian diterima.

Lingkungan merupakan salah satu pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian apartement.

Lingkungan Pandanwangi Apartement kondisinya baik, selain itu jalan lingkungan dalam Pandanwangi Apartement relatif baik, dan didukung oleh drainase untuk pembuangan air yang baik sehingga tidak banjir serta terdapat taman sehingga lingkungannya sehat, sehingga wajar saja jika Lingkungan Pandanwangi Apartement mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen membeli apartement.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka kesimpulan penelitian ini sebagai berikut:

1. Nilai F hitung sebesar 8,114 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,23 dan dengan signifikansi $0,000 < \alpha 0,05$, ini menunjukkan variabel harga (X_1), Lokasi (X_2) dan lingkungan (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen membeli apartement. Dengan demikian hipotesis, diterima.
2. Nilai t hitung variabel Harga (X_1) sebesar 3,059 > dari t table 1,96 dan signifikansi $0,004 < \alpha 0,05$, menunjukkan variable harga (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen membeli apartement dengan demikian hipotesis penelitian diterima.
3. Nilai t hitung variabel Lokasi (X_2) sebesar 2,636 > dari t table 1,96 dan signifikansi $0,012 < \alpha 0,05$, menunjukkan variable Lokasi (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen membeli apartement dengan demikian hipotesis penelitian diterima
4. Nilai t hitung variabel Lingkungan (X_3), sebesar 2,567 > dari t table 1,96 dan signifikansi $0,014 < \alpha 0,05$, menunjukkan variabel Lingkungan (X_3) pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen membeli apartement dengan demikian hipotesis penelitian diterima.

Daftar Pustaka

MulyanaSlamet 2009. *Riset Pemasaran dan Perilaku*

Konsumen. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

PrabowoCahyo 2009. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset, Yogyakarta.

Sudharto P. Hadi, 2005 : 104 *Strategi Pemasaran*. 2 ed. Liberty: Yogyakarta.

Surowiyono, Tutu TW, 2007. *ProsedurPenelitianSuatuPendekatanPraktek*, RinekaCipta,Jakarta.

SwasthaBasu, DH dan Irawan, 2002, *ManajemenPemasaran Modern*,Liberty:Yogyakarta.